



# Informe sobre el uso de la mensajería móvil 2021

# Introducción

Se prevé que el número de personas que actualmente utilizan aplicaciones de mensajería móvil **se incremente hasta los 3.000 millones en 2022** (Statista), Pero, ¿qué implica este crecimiento acelerado para las empresas que buscan mejores formas de relacionarse con sus clientes y su personal? Esendex, en colaboración con PricewaterhouseCoopers (PwC), ha encuestado a más de **4.300 empresas de toda Europa** y la región de Asia Pacífico para investigar cómo está evolucionando el uso de la mensajería móvil.





# Índice

<b>Definición de mensajería móvil</b> .....	04
<b>Conclusiones principales</b> .....	05
1. Penetración de la mensajería móvil .....	05
2. Uso de la mensajería móvil .....	06
3. Casos de uso .....	07
4. ¿Por qué las empresas eligen comunicarse por SMS? .....	08
5. ¿En qué sectores está aumentando el uso de SMS? .....	09
6. El impacto de la COVID-19 en la mensajería móvil .....	10
<b>Resumen del estudio</b> .....	12
<b>Fuente de los datos</b> .....	13

# Definición de mensajería móvil

A efectos de este estudio, hemos definido la mensajería móvil como **los mensajes enviados a través de SMS, servicios de comunicación enriquecida (RCS), y aplicaciones de mensajería como WhatsApp, Apple Business Chat y Facebook Messenger**. El contexto de la encuesta se centra en la mensajería empresarial y en cómo se utilizan estos servicios en un contexto empresarial, más que en un uso personal.

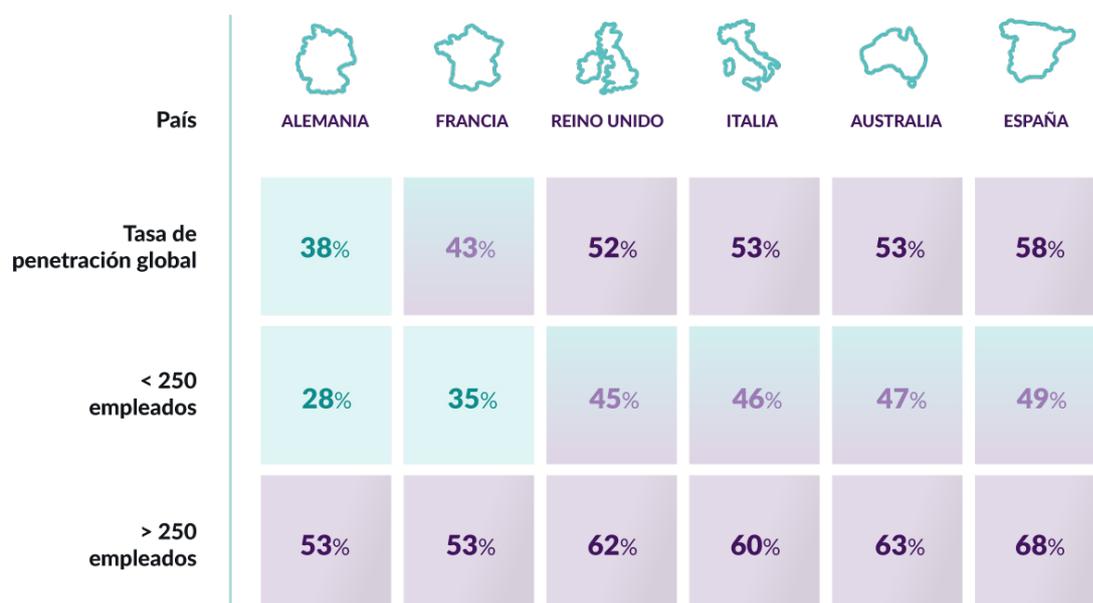


# Conclusiones principales

## 1. Penetración de la mensajería móvil

Nuestra encuesta revela que la mensajería móvil goza de una amplia aceptación y uso en todo tipo de empresas y sectores, ya que, de manera global, un 47 % de los encuestados utiliza este tipo de mensajería. La penetración es menor en las pymes (39 %) y más elevada en las empresas de mayor tamaño (58 %).

Este es el desglose del uso de la mensajería móvil por país y según el tamaño de la empresa:



*“Existe una clara brecha entre el uso de la mensajería móvil por parte de pymes y grandes empresas, pero se está acortando. El **50 % de la nueva penetración** corresponde a pymes que tienen la intención de utilizar la mensajería móvil en el futuro.”*

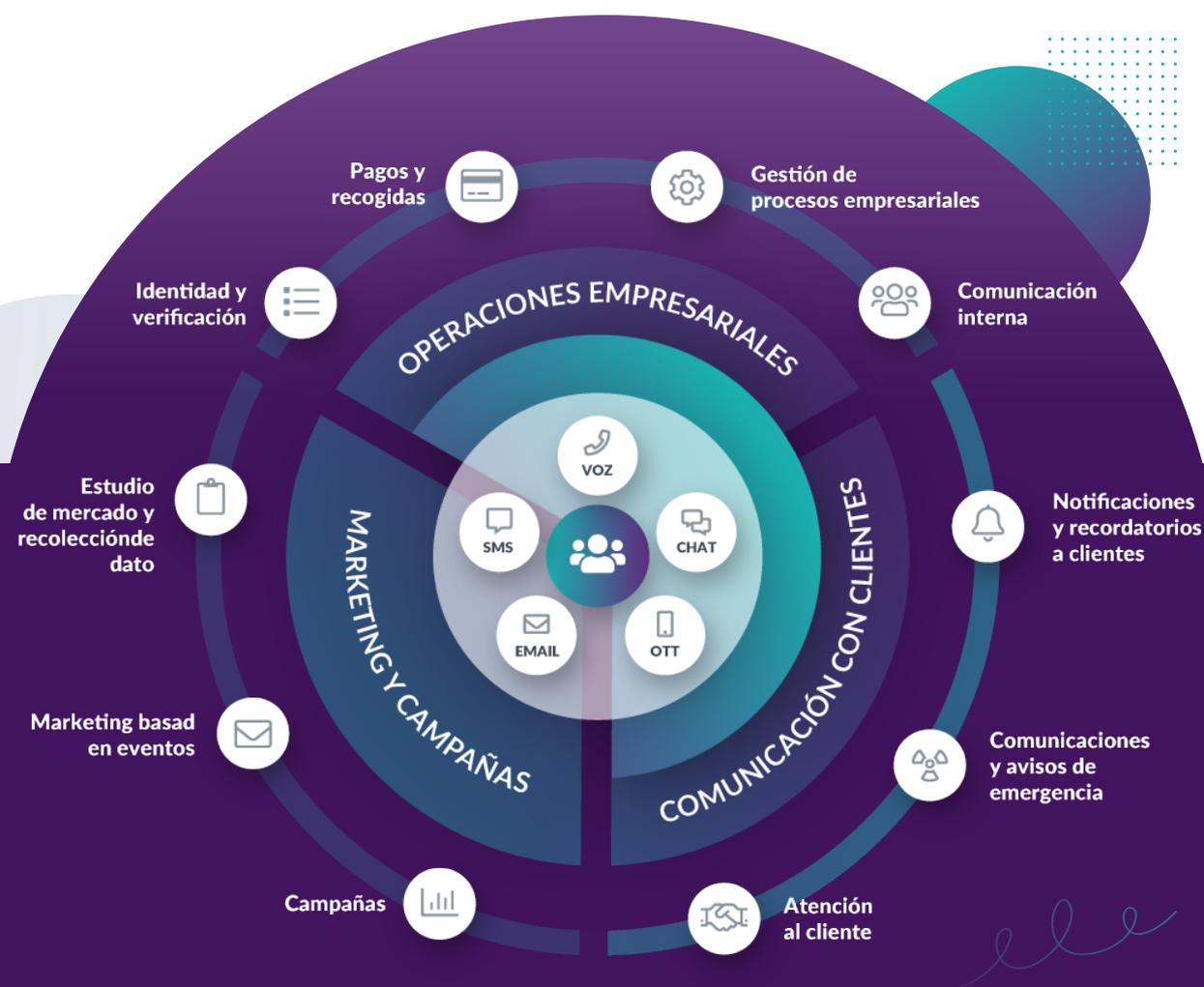
¿Por qué la mensajería móvil, como canal de comunicación, está menos extendida entre empresas y consumidores en Francia y Alemania? El motivo es simple: el coste de los SMS es más elevado en estos países, mientras que en España, Reino Unido, Italia y Australia el retorno de la inversión en mensajería móvil es más rápido.

## 2. Uso de la mensajería móvil

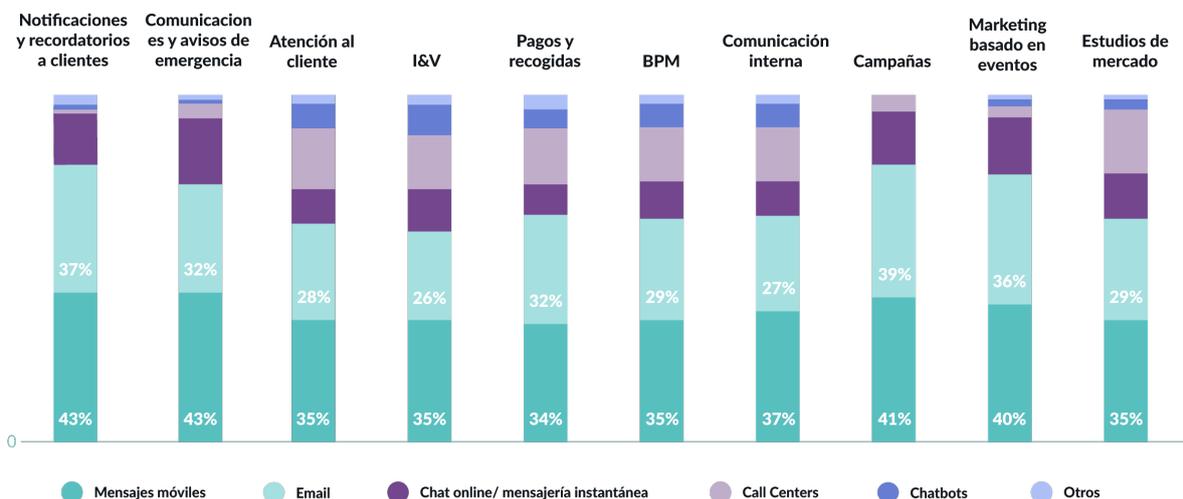
Hemos identificado más de 80 aplicaciones de mensajería empresarial que posteriormente hemos clasificado en 10 casos de uso principales y tres estrategias empresariales (véase el diagrama siguiente).

Los casos de uso de mensajería móvil más comunes son los siguientes:

- ▶ **Comunicaciones y avisos de emergencia** (utilizados por el 21 % de los encuestados)
- ▶ **Marketing basado en eventos** (20%)
- ▶ **Notificaciones y recordatorios a clientes** (19%)
- ▶ **Gestión de procesos empresariales** (19%)
- ▶ **Campañas de marketing** (19%)



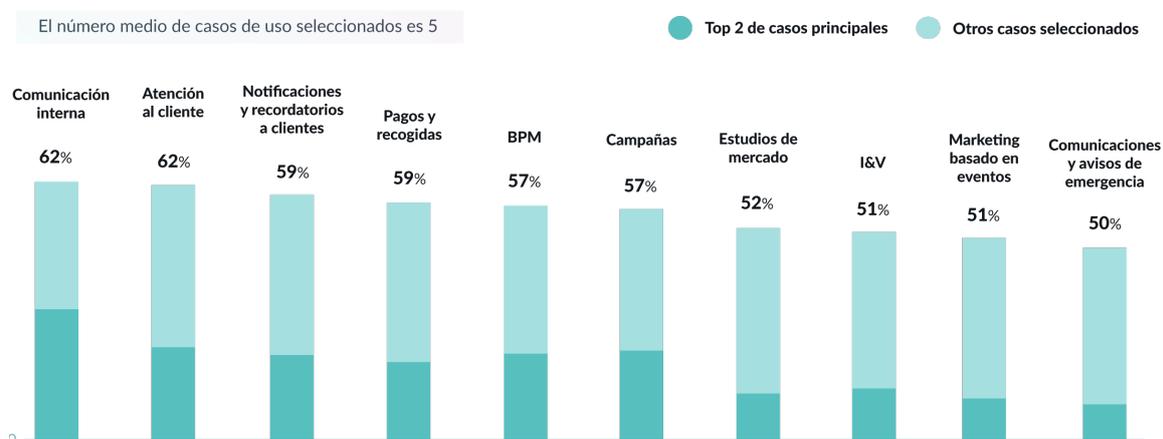
Una vez que una empresa adopta la mensajería móvil para alguno de los casos de uso, ésta se convierte en el canal de comunicación principal, superando al email, al chat online y a los centros de llamadas.



### 3. Casos de uso

De media, las empresas encuestadas afirman comunicarse activamente con su personal o sus clientes en cinco situaciones principales. Cabe señalar que estos datos se refieren a todos los canales de comunicación, no solo a la mensajería móvil.

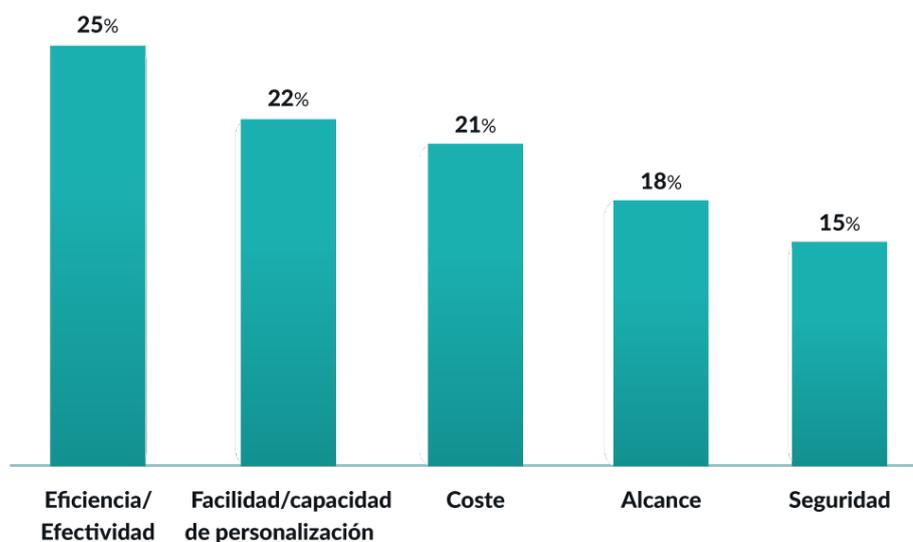
**¿Cuál de los siguientes tipos de comunicación utiliza actualmente su empresa con los clientes o internamente?**



## 4. ¿Por qué las empresas eligen comunicarse por SMS?

Centrándonos en los SMS como subgrupo de la mensajería móvil, queríamos saber qué hace que este canal resulte atractivo.

### Razones de los encuestados para utilizar el SMS para comunicarse con los clientes y el empleados:



Los SMS pueden enviarse a cualquier teléfono móvil, no requieren de conexión a Internet y siempre deben ser cortos y directos. Por todas estas razones, y también porque se envía mucho menos spam a través de este canal, los SMS tienen una tasa de apertura del 95 %\*, lo que los hace muy eficaces cuando se requiere una comunicación más directa con el destinatario.

\*Fuente: Esendex

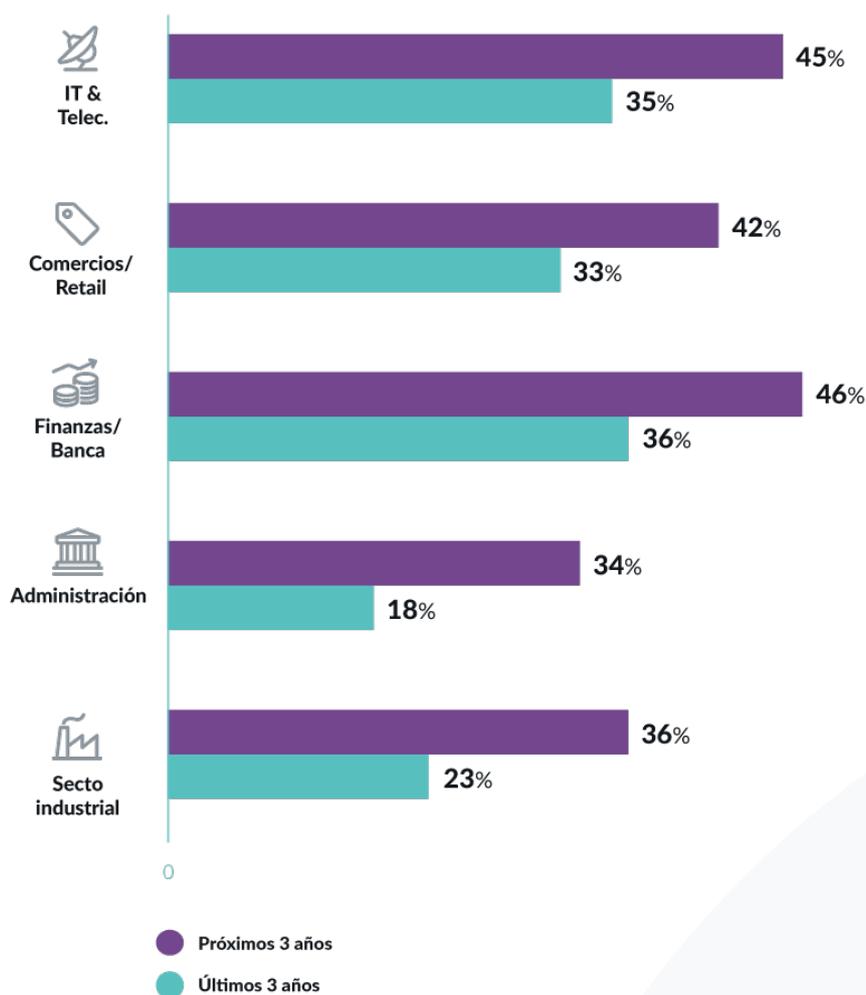


## 5. ¿En qué sectores está aumentando el uso del SMS?

El siguiente gráfico muestra los sectores en los que el uso del SMS está experimentando un mayor crecimiento. Aunque en los últimos tres años, su uso ha aumentado en todos ellos, las proyecciones para el futuro son significativamente más altas.

Las dos razones principales que se han indicado como causa de esta expansión son: el retorno de la inversión que se logra a través de este canal; y las preferencias de los clientes, que impulsan un aumento del volumen en el uso actual.

### Aumento medio del gasto:

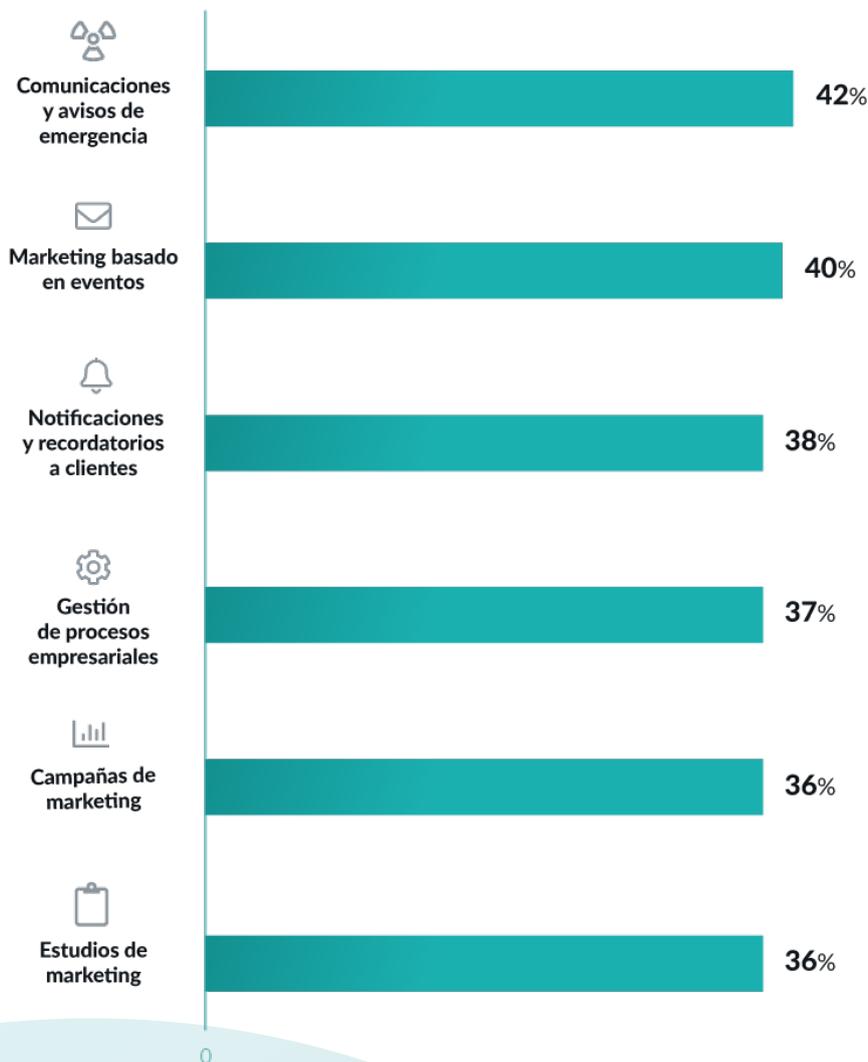


## 6. El impacto de la COVID-19 en la mensajería

Debido a la pandemia, han sido muchos los profesionales que se han visto obligados a trasladar su oficina a sus casas, estableciendo el teletrabajo como nueva modalidad laboral para muchas empresas. Pero la pandemia no sólo ha afectado a los puestos de trabajo en oficinas, muchas tiendas físicas se han visto reemplazadas por ecommerce.

Este impacto de la COVID-19 no solo ha afectado a la forma de trabajar, sino también a la de comunicarse con los clientes y los empleados, aumentando los volúmenes de mensajes enviados a través de canales móviles.

**Durante la pandemia, se ha producido un incremento del uso del SMS para:**



Algunos usos se han vuelto más pertinentes, como el marketing basado en eventos y las comunicaciones de emergencia:

*“Hemos aumentado el uso del SMS para comunicar cambios en operaciones, actualizar pedidos y realizar ventas flash para generar ingresos”*

**Director General**

Empresa de retail (50-99 empleados)

**“Hemos tenido que ir lanzando comunicados siguiendo los avisos del gobierno, de una manera *más ágil* de lo habitual. También nos hemos apoyado mucho en las redes sociales, siguiendo la tendencia durante los períodos de confinamiento”**

**Jefe de producto**

Empresa de viajes y ocio (1.000-4.999 empleados)

*“Se ha producido un **mayor avance en el uso de herramientas digitales**, principalmente para reducir la carga administrativa de los operadores”*

**Director de IT**

Empresa de transporte (500-999 empleados)

# Resumen del estudio

- ▶ La mensajería móvil está ampliamente aceptada y se utiliza en todo tipo de empresas
- ▶ En general, el **47%** de los encuestados utiliza la **mensajería móvil**
- ▶ El uso del SMS es **menor en las pymes (39%) y más elevado en las empresas de mayor tamaño (58%)**
- ▶ Se espera un **crecimiento considerable en el futuro**, y se prevé que la mitad de la inclusión se produzca en las pymes.
- ▶ Las **conclusiones** son **coherentes** y similares en todos los países
- ▶ Una vez establecida, la mensajería móvil es el **método de comunicación más común** con un **35-45% de cuota de comunicación** en las diferentes modalidades de uso
- ▶ La COVID-19 parece haber tenido un **impacto positivo moderado** en el volúmen de uso de la mensajería móvil
- ▶ Los sectores en los que se espera que generen un mayor crecimiento en el gasto en SMS son **IT y telecomunicaciones, Retail, y servicios financieros**



# Fuente de los datos



	Empresas encuestadas	< 250 empleados	> 250 empleados
ESPAÑA	689	50%	50%
REINO UNIDO	844	49%	51%
ITALIA	791	52%	48%
FRANCIA	690	49%	50%
ALEMANIA	685	51%	49%
PAÍSES BAJOS	391	43%	57%
AUSTRALIA	299	46%	54%
TOTAL:	<b>4,389</b>		

*ee*



**esendex**

 [www.esendex.es](http://www.esendex.es)

 [ventas@esendex.es](mailto:ventas@esendex.es)

 900 800 470